

WYBRANE ASPEKTY METODOLOGII BADAŃ NAD PRZYSZŁOŚCIĄ TURYSTYKI

*Matylda Awedyk**

Abstrakt

Cel. Wskazanie możliwości i uzasadnienie implikacji metodologii oraz technik wykorzystywanych w studiach nad przyszłością w planowaniu turystycznym, przy jednoczesnej identyfikacji kluczowych trendów, znaczących dla rozwoju kierunków turystycznych.

Metoda. Badanie teoretyczne o charakterze eksploracyjnym i weryfikacyjnym; klasyfikacja oraz systematyzacja metod i technik prognostycznych, mających potencjalne zastosowanie w badaniach empirycznych dotyczących przyszłości turystyki.

Wyniki. Klasyfikacja oraz systematyzacja metod badań nad przyszłością turystyki. Wykazanie zasadności stosowania przedstawionej metodyki w badaniach nad przyszłością turystyki, która jako zjawisko wyjątkowo narażone na element ryzyka i niepewności, w przewidywaniach dotyczących przyszłego rozwoju, wykazuje niską sprawdzalność prognoz liniowych opartych na danych statystycznych.

Ograniczenia badań i wnioski. Zawężenie analizy przedstawionej metodologii do badań nad przyszłością, których celem jest stworzenie scenariuszy rozwoju kierunków wyjazdów turystycznych Polaków.

Implikacje praktyczne. Klasyfikacja i systematyzacja technik badań nad przyszłością umożliwia ich odpowiednie zastosowanie w zależności od podejmowanej problematyki badawczej. Znajomość metodologii umożliwia tworzenie scenariuszy rozwoju, uwzględniających obecne możliwości oraz stosowanie takich rozwiązań, które są najbardziej adekwatne do sytuacji, potrzeb i możliwości.

Oryginalność pracy. Artykuł uzupełnia nieliczne w polskiej literaturze naukowej rozważania dotyczące możliwości oraz zastosowania alternatywnych scenariuszy rozwoju w planowaniu turystycznym, w kontekście globalnych trendów i ich wpływu na rozwój turystyki. Uzupełnia także pewien niedostatek publikacji jeśli chodzi o rzetelne podstawy metodologiczne dotyczące studiów nad przyszłością rozwoju turystyki w Polsce i zastosowanie w tym kontekście badań jakościowych, które umożliwiłyby jednocześnie przeprowadzenie badań empirycznych w tym zakresie. Artykuł przedstawia korzyści, jakie daje możliwość tworzenia alternatywnych kierunków rozwoju turystyki, w zależności od pożądanego scenariusza.

Rodzaj pracy. Artykuł prezentujący koncepcje teoretyczne.

Słowa kluczowe: turystyka, trendy, nauki o przyszłości, planowanie scenariuszowe, metodologia, planowanie turystyczne, prognozowanie.

* Dr, Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Geoekologii Turystyki i Rekreacji, Zakład Geografii Turystyki i Krajoznawstwa; e-mail: awedyk@awf.poznan.pl

Wprowadzenie

Procesy przyrodnicze, dynamika społecznych i politycznych przemian, odkrycia naukowe i innowacje technologiczne w dużej mierze będą decydować o przyszłości. Jednakże, wraz z udoskonalaniem swoich zdolności, człowiek przez swoje wybory coraz częściej może tę przyszłość kształtować. Tempo postępu technologicznego i medycznego w XX wieku całkowicie zmieniło współczesne życie. Społeczeństwo wprawdzie nie jest w stanie kontrolować przyszłości, ale może mieć wpływ na niektóre przyszłe zdarzenia. Wpływ ten inicjuje starania, które pozwolą osiągnąć równowagę pomiędzy tym, co chcemy, a tym co jest możliwe i korzystne.

Metodologia badań nad przyszłością ma stworzyć taki warsztat badawczy, który przez systematyczną analizę stanu obecnego umożliwi tworzenie oraz testowanie pożądanych scenariuszy przyszłości, powstających właśnie pod wpływem realizacji pewnych działań i wskazujących, jakie mogą być tych działań skutki. Badanie bliskiej i dalszej przyszłości może przedstawiać potencjalne i pożądane warunki do osiągnięcia zamierzonego celu.

Badania nad przyszłością zwiększają świadomość interesariuszy, co w perspektywie pozwala działać szybciej i wcześniej. Dzięki temu zarówno organizacje, jak i społeczeństwa są bardziej skuteczne w radzeniu sobie ze zmianami. Zdolność przewidywania daje dodatkowy czas na to, aby lepiej zrozumieć zagrożenia i szanse, pozwala na tworzenie bardziej kreatywnych strategii rozwoju, nowych produktów, a także przedstawia wizje pewnych zmian organizacyjnych. Wartość badań nad przyszłością jest oczywiście mniejsza jeżeli chodzi o dokładność prognozowania, jednak istotna w planowaniu i rozważaniu nowych możliwości oraz zmian w programie działania. Dzięki badaniom nad przyszłością istnieje możliwość podejmowania decyzji, które uwzględniają przyszłe szanse i zagrożenia. Strategicznie, lepiej jest te problemy przewidzieć, niż dopiero na nie reagować. Sztucznie tworzone pozytywne wizje rozwoju, bez uprzednio prowadzonej analizy, mogą prowadzić do porażki, która będzie wynikiem chęci realizacji niemożliwych celów i harmonogramów. Prognozowanie powinno zawierać analizę wpływu trendów, które są konkretnymi determinantami, udaremniającymi wprawdzie urzeczywistnienie nierealnych ambicji i marzeń, ale jednocześnie nakreślą sposób prowadzenia polityki moderującej oczekiwania i zapobiegającej rozczarowaniom.

Celem artykułu jest przedstawienie możliwości, jakie daje zastosowanie technik prognozowania przyszłości w turystyce. Globalne trendy, które również mają wpływ na kształt ruchu turystycznego, są obecnie rzadko analizowane i poddawane ocenie w odniesieniu do rozwoju ruchu turystycznego w kontekście wyjazdów polskich turystów. Jednakże, w nawiązaniu do obecnych zdarzeń i szybko zmieniającej się rzeczywistości, tematyka przyszłego rozwoju turystyki w światowej literaturze naukowej jest obecnie bardzo sze-

roko opisywana. Rozważania dotyczą przede wszystkim wpływu, jaki mają trendy globalne na kształt, możliwości i kierunki rozwoju turystyki, nie tylko w zakresie turystyki międzynarodowej, ale również regionalnej. Tak więc stworzenie odpowiednich alternatywnych scenariuszy rozwoju jest korzystne dla przyszłego planowania turystycznego [Song i in., 2010, Yeoman 2012, Conrady, Buck 2012, Postma i in., 2014, Page i in, 2014, Leigh i in., 2012].

Ruch turystyczny w przyszłości – trendy globalne

Etapem, od którego zaczyna się prognozowanie przyszłości, jest analiza trendów. Trend to „ogólny kierunek lub tendencja” [Dwyer i in. 2009, s. 64], który może rozwijać się w różnych postaciach w społeczeństwie, kulturze, konkretnej przestrzeni i czasie. Ponieważ trendy różnią się pod względem intensywności i długości trwania, można wyróżnić mikrotrendy, makrotrendy i megatrendy [Dumitrescu 2011, s. 23]. Megatrendy mają zdecydowanie najszerszy, globalny zasięg i wpływają na funkcjonowanie społeczeństwa, obejmując procesy polityczne, ekonomiczne, społeczno-kulturowe, ekologiczne i technologiczne. Makrotrend ma krótszy przedział czasowy oddziaływania – od 2 do 5 lat – i może rozwinąć się do megatrendu, jeżeli obejmie swoim wpływem większą grupę odbiorców i większy obszar. Mikrotrend trwa od 6 miesięcy do 2 lat.

Analizując trendy w turystyce, nie można ich rozpatrywać w izolacji w stosunku do kluczowych czynników (ang. *key factors*), które będą kształtować świat w przyszłości. Na podstawie światowej literatury można wyróżnić 11 głównych determinant rozwoju ruchu turystycznego [Global Forecast and Profiles of Market Segments 2001; Yeoman 2012].

- **Ekonomia** – powojenne ożywienie gospodarcze w krajach uprzemysłowionych doprowadziło do wzrostu dochodów osobistych i zwiększonej dostępności do czasu wolnego, dające czas i pieniądze, czyli podstawy do zaangażowania się w turystykę. Patrząc w przyszłość, przewiduje się, że w dłuższej perspektywie kontynuowane będą dobre wskaźniki wzrostu gospodarczego.
- **Technologie informacyjne i komunikacyjne**, które wniosą znaczne przekształcenia zarówno w podaży (rezerwacje, zarządzanie, marketing), jak i w popycie, generując coraz to nowsze systemy i mobilne aplikacje, zapewniające natychmiastowy i interaktywny dostęp do produktów turystycznych. Daje to turystom bezprecedensową kontrolę nad tym, jak spędzają czas i pieniądze. Postęp technologiczny wpływa także na technologię transportu. Komercyjne zastosowanie technologii w transporcie lotniczym stwarza bardziej komfortowe warunki podróży, ale jednocześnie wzrost popytu, który generuje opóźnienia i ograniczenia, zanieczyszczenie środowiska i bezpieczeństwo podróży.

- Ułatwienia legislacyjne – usuwanie barier w transporcie międzynarodowym, czyli stopniowe znoszenie obowiązku wizowego.
- Bezpieczeństwo – turystyka nie będzie się rozwijać w warunkach zgiełku cywilizacyjnego, wojny lub w sytuacjach, w których zdrowie lub życie turystów jest zagrożone. Pomimo tego, że turystyka jest bardzo odporna i ma duże zdolności do odbudowy, należy ograniczać wpływ negatywnych skutków, które nie gwarantują bezpieczeństwa turystów.
- Globalizacja – przewiduje się dalszy wzrost potęgi międzynarodowych sił ekonomicznych i rynkowych, co w konsekwencji może doprowadzić do spadku zdolności poszczególnych państw do kontrolowania gospodarki. W turystyce może się to przejawiać większą zdolnością kontrolowania ruchu turystycznego w regionie przez niewielką sieć firm.
- Lokalność – w krajach rozwijających się występuje konflikt między tożsamością lokalną a nowoczesnością. Większość grup społecznych zidentyfikowana jest przez pochodzenie etniczne, religię, strukturę społeczną – będą oni wymagać uznania i szacunku dla swojej odrębności. Może to mieć dwie konsekwencje. Z jednej strony jest to ogromna szansa dla rozwoju doświadczeń turystycznych opartych na zasobach kulturowych i przyrodniczych, jednak pojawia się również pytanie o formę i skalę rozwoju turystyki w tych społecznościach.
- Świadomość społeczno-środowiskowa. Turyści bardziej docenią takie przedsiębiorstwa turystyczne lub organizatorów turystyki, którzy swoją działalność będą prowadzić odpowiedzialnie, zgodnie nie tylko z normami środowiskowymi, ale także etycznymi i moralnymi w stosunku do społeczności lokalnych. Przedsiębiorcy natomiast skłonią się do wykorzystywania alternatywnych źródeł energii, lokalnych produktów i takich form oszczędności, które sprzyjają ochronie środowiska.
- Środowisko życia i pracy, czyli zatłoczone miasta, zmiany metod pracy (mniej pełnego wymiaru pracy, brak wyraźnego rozróżnienia na pracę i czas wolny) i stres.
- „Ekonomia doświadczeń”, a nie „usługi”. Już w ostatnich kilku latach turyści zaczęli odkrywać radość i satysfakcję z samego podróżowania. Niekiedy wysokie ceny biletów lotniczych powodują skierowanie się w stronę „podróżowania powolnego” („slow tourism”), które nie jest możliwe podczas lotu samolotem. Podróż statkiem, rowerem, pociągiem jest atrakcyjna sama w sobie, a nie traktowana jako przemieszczanie się pomiędzy dwoma punktami w przestrzeni [Fullagar i in. 2012].
- Demografia – w krajach uprzemysłowionych postępuje tendencja starzenia się społeczeństw, co spowoduje więcej migracji turystycznych w kierunku „północ-południe, a także odwiedziny u rodzin i przyjaciół (VFR). Jednocześnie notowany wzrost liczby rozwodów, później zawierane małżeństwa i budowanie rodziny, powodują dywersyfikację typów

gospodarstw domowych, co w konsekwencji doprowadzi do różnych oczekiwań potencjalnych turystów.

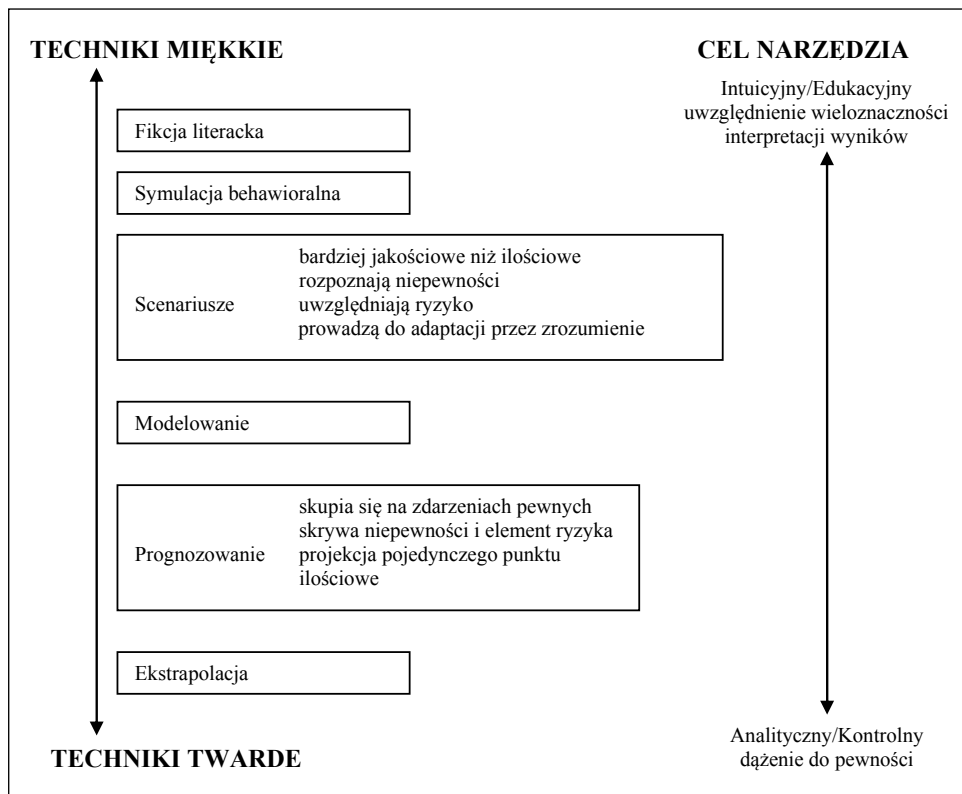
- Dywersyfikacja pragnień, zainteresowań, gustów i motywów podróżowania, co będzie musiało mieć odzwierciedlenie w marketingu. Turyści coraz częściej kierują się nie miejscem, które chcą odwiedzić, ale powodem, dla którego chcą tam pojechać i sposobem spędzenia w tym miejscu czasu. Motywów jest wiele, np. poznanie nowych przyjaciół, kultury, zwyczajów, „naładowanie baterii”, wypicie dobrego wina, ale realizacja tych planów nie jest w żadnym stopniu zdeterminowana konkretnym miejscem [Young 1999; Awedyk 2009; Nowacki 2014]. Oczywiście zawsze pozostaną pewne atrakcje turystyczne, należące do tych, które „trzeba zobaczyć”, ale konkretne miejsce będzie tylko wtedy celem podróży, jeżeli turyści będą mogli poszukiwać autentyczności, a nie fałszywych wrażeń przygotowywanych na ich przyjazd.

Każdy z globalnych trendów ma znaczenie w turystyce, ale żaden z nich nie przyjmuje formy dominującej nad innymi. W większym lub mniejszym stopniu oddziałuje on na pozostałe, ale jego wpływ będzie uzależniony od regionu, kraju lub sektora turystyki, w którym występuje. Trendy niekoniernie wzajemnie się wzmacniają. Mogą również oddziaływać na siebie w sposób krzyżowy lub wyciszający. Jednakże, rozpatrując je kompleksowo, dają pewien obraz tego, jak globalna turystyka rozwine się w najbliższej przyszłości. Im większa jest wiedza na temat trendów będących fundamentem dla przyszłości turystyki, tym lepsza jest zdolność formułowania strategii i tworzenia takich alternatywnych scenariuszy rozwoju w regionach, które tę turystykę będą wspierać.

Metodologia badań w kontekście planowania przyszłości

Zgodnie z definicją E. Cornish'a, prognozowanie „uwzględnia fakty historyczne i wiedzę naukową do tworzenia obrazów, które mogą się przytrafić w przyszłości” [Cornish 1977, s. 108]. Można przyjąć, że jest to studiowanie wpływu nie mody, ale trendów, które spowodują systemową lub zasadniczą zmianę w przeciągu 10-25 lat (a także potencjalnych zmian) oraz tworzenie alternatywnych scenariuszy rozwoju. Nie jest to zatem prosta projekcja ekonomiczna, analiza socjologiczna lub prognozowanie technologiczne, ale badanie wielodyscyplinarne, podejmujące zagadnienia we wszystkich najważniejszych dziedzinach życia, którego celem jest znalezienie i określenie dynamiki interakcji tworzących się w następnych latach.

E. Cornish [2004, s. 120] przedstawił szeroki, bardzo usystematyzowany przegląd technik, które mogą być wykorzystywane przy tworzeniu scenariuszy rozwoju w kontekście planowania przyszłości, przy jednoczesnym zadawaniu pytania „co jeśli”. Techniki te przedstawiono na rycinie 1.



Ryc. 1. Techniki wykorzystywane w studiach nad przyszłością

Fig. 1. Techniques used in futures studies

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Page i in. 2010].

Source: Own elaboration based on [Page et al. 2010].

W literaturze tematu występuje zgodność opinii [Narodowy Program Foresight Polska 2020; 2011, Glenn 2009], że istnieją dwie podstawowe opcje (klasy) prognozowania, które są istotne dla opracowywania scenariuszy rozwoju: analiza danych ilościowych i statystycznych w regułach matematycznych (analiza ilościowa) oraz analiza opinii ekspertów (analiza jakościowa). Tabela 1 przedstawia ogólny zarys warunków zastosowania oraz cechy modeli prognostycznych, które są wykorzystywane podczas prognozowania. Trzy pierwsze kolumny reprezentują podejście prognostyczne na podstawie miar ilościowych, natomiast dwie ostatnie na podstawie miar jakościowych, opierających się na ocenach ekspertów i konsumentów.

Należy podkreślić, że metody jakościowe nie są gorszym substytutem „bardziej rygorystycznych” metod ilościowych i że są stosowane w sytuacji braku czasu, pieniędzy lub niezbędnego materiału zebranego do analizy.

Są niezbędne, ponieważ pomagają w rozpoznawaniu czynników różnych od tych, które mogą być poddane kontroli pomiaru ilościowego, a zatem pozwalają je włączyć do analizy. W rezultacie można otrzymać informacje uzu-

Tab. 1. Podsumowanie warunków zastosowania i cech modeli prognostycznych

Tab. 1. A summary of the application and features of forecasting models

	Ekstrapolacja trendów	Prognozowanie strukturalne	Symulacja	Metody jakościowe (I) Delphi, panel ekspertów, skanowanie otoczenia	Metody jakościowe (II) Badania branżowe/konsumenckie
Wymagana wiedza techniczna	niska średnia	średnia wysoka	wysoka	niska średnia	niska średnia
Wymagany typ wiedzy konceptualnej lub danych	analiza szeregów czasowych	analiza struktury, składu i powiązań międzybranżowych w gospodarce turystycznej	Analiza szeregów czasowych, powiązań krzyżowych i zmian procesowych	ekspercka, eksperymentalna, dane branżowe	ekspercka eksperymentalna
Wymagana precyzja danych	średnia wysoka	wysoka	wysoka	niska średnia	niska
Odpowiedni horyzont czasowy	krótki	krótki średni	długi	długi	krótki
Wymagany czas dla prognozy	krótki	krótki średni	długi	średni długi	krótki średni
Najbardziej odpowiednie do badań:	prostych, stałych lub cyklicznych	umiarkowanie złożonych, z kilkoma zmiennymi i znanymi, stałymi relacjami	złożonych, ze znanymi i wymiernymi relacjami oraz niektórymi relacjami zwrotnymi	złożonych, ze znanymi relacjami i elementem niepewności	prostych, umiarkowanie złożonych, również przydatne dla stałych i cyklicznych rozwiązań

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Hall 2005].

Source: Own elaboration based on [Hall 2005].

pełniające w stosunku do tych otrzymanych za pomocą metod ilościowych. Często bywa tak, że wykrycie zjawiska, procesu metodami jakościowymi generuje badanie ilościowe do określenia jego rozmiarów lub natężenia.

Wybór metody do prognozowania przyszłości wymaga kompromisu pomiędzy dokładnością posiadanych informacji (danych) a oczekiwaną precyzją wyników. Należy również wziąć pod uwagę różnorodność analizy, okres prognozy, zasoby ludzkie i finansowe, niezbędne do realizacji badań przy zastosowaniu poszczególnych metod. Jednak biorąc pod uwagę fakt, że prognozowanie zjawisk w przyszłości wiąże się z prowadzeniem badań i analiz danych, które są nieprecyzyjne i mało konkretne, wybór metod jakościowych wydaje się dobrym rozwiązaniem.

Główną różnicą w zastosowaniu metod ilościowych lub jakościowych jest powód zbierania danych: czy przeprowadzona na liczonych i mierzonych danych w odniesieniu do całej populacji (jej typowości lub reprezentatywności) analiza ma być statystycznie istotna, czy ma tylko pokazać zestaw relacji, zależności, alternatywnych punktów widzenia, które podczas badania się ujawniły. Naukowcy zajmujący się analizą przyszłości odróżniają prognozowanie normatywne od prognozowania eksploracyjnego (tabela 2).

Działanie normatywne i podejmowane w związku z tym czynności opierają się na normach i wartościach. Stąd prognozowanie normatywne dotyczy pytań: jakiej przyszłości chcemy? Czym chcemy się stać? Prognozowanie eksploracyjne bada z kolei to, co jest możliwe, niezależnie od tego, co jest pożądane. Jednak ten ogólny podział metod stosowanych w badaniach nad przyszłością może być mylący, ponieważ wiele z nich może być wykorzystywanych zarówno w prognozowaniu normatywnym, jak i prognozowaniu eksploracyjnym. W zależności od sytuacji i konkretnego przypadku jedne metody pasują bardziej, inne mniej. Narzędzia badaczy zajmujących się prognozowaniem przyszłości są często dość elastyczne i dostosowywane do specyficznych celów.

W celu usystematyzowania badań nad przyszłością, w kontekście wykorzystywanych technik badawczych warto wziąć pod uwagę trzy formy działań, które są podejmowane przy ich realizacji:

- prognozowanie, które zazwyczaj opiera się na modelach formalnych, takich jak ekstrapolacja demograficzna lub ekonomiczna;
- przewidywanie, oparte na obrazach science-fiction, metaforach, analogii historycznej i zdarzeń;
- sondaż (badanie eksperckie) prowadzony na podstawie debat medialnych i wiedzy ekspertów.

Każde z tych działań ma inne założenia podstawowe, korzysta z innych technik, dostarcza różnego rodzaju prognozy i inaczej traktuje element niepewności [Cole 2007, s. 376]. Większość podejść badawczych do kwestii studiów nad przyszłością obejmuje w pewnym stopniu wszystkie trzy zakresy

Tab. 2. Taksonomia metod badań nad przyszłością

Tab. 2. Taxonomy of Futures Research Methods

Metoda	ilośćo- wa	jakoś- ciowa	prognozowanie normatywne	prognozowanie eksploracyjne
modelowanie agentowe		X		X
analiza przyczynowa warstwowa		X		X
krzyżowa analiza wpływów	X			X
modelowanie decyzyjne	X			X
badania delfickie		X	X	X
modelowanie ekonometryczne i statystyczne	X			X
skanowanie otoczenia		X		X
złagodzenie anomalii pola		X		X
kręgi przyszłości		X	X	X
prognozowanie geniusza, wizjonerstwo i intuicja		X	X	X
scenariusze interaktywne		X	X	X
perspektywa wielokierunkowa		X	X	X
metody partycypacyjne		X	X	
drzewa zależności i analiza morfologiczna		X	X	
„mapa drogowa”		X	X	X
scenariusze	X	X	X	X
gry symulacyjne		X		X
State of the Future Index (SOFI)	X	X	X	X
analiza strukturalna	X	X		X
modelowanie koncepcyjne	X			X
technologiczna analiza sekwencji		X	X	
analiza tekstu		X	X	X
analiza trendów	X			X

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Glenn, Gordon 2009].

Source: Own elaboration based on [Glenn, Gordon 2009].

działania, nawet w sytuacji, gdy istotne wydaje się podkreślenie zastosowania odpowiedniej techniki. Przykładem może być większość ekonometryków i demografów, którzy używają własnego osądu i oczekiwań, a następnie przenoszą to i udoskonalają w modelach ekstrapolacyjnych.

Każde z przytoczonych działań (tj. prognozowanie, przewidywanie i sondaż) wymaga odpowiednich umiejętności i odwołuje się do różnego rodzaju odbiorców. Politycy wydają się preferować mierzalne prognozy, czyli takie, jakie oferuje ekstrapolacja. Przyszłość dla ogółu społeczeństwa często zawiera twórcze obrazy w formie wizualnej lub słownej. Grupy biznesowe zazwyczaj faworyzują możliwość partycypacji w sondażu, dyskusji i kreowaniu scenariuszy przyszłości.

Prognostycy zazwyczaj koncentrują się na ograniczonym zakresie zagadnień, dla których istnieją „twarde” dane, znajdujące się w statystykach rządowych i jedynie w domyśle stawiają na czynniki „miękkie”. W przeciwieństwie do tego podejścia, te same „miękkie” czynniki mogą być podstawą i istotnym elementem w przewidywaniu lub sondażach. Specyfika każdego

Tab. 3. Podsumowanie działań i technik badawczych w naukach o przyszłości

Tab. 3. Summary of future studies activities and research techniques

Cecha	Działanie		
	Prognozowanie	Przewidywanie	Sondaż (badanie eksperckie)
Podstawa (punkt wyjścia)	zmienne „twarde” – dane statystyczne	teoria, obecne i historyczne wydarzenia (zagadnienia); wyobrażenia	reprezentatywny punkt widzenia poszukiwany przez uczestników
Zmienne	ograniczona liczba wymiernych zmiennych	zmienne wybrane	zmienne zróżnicowane
Przeszłość	statystyczna estymacja zmian historycznych	wyjaśnianie historycznych procesów	doświadczenie uczestników
Przyszłość	ekstrapolacja trendów	stylizowane opowiadanie historii	badanie oczekiwań uczestników
Rezultat	wąski zakres prawdopodobieństw dla przyszłości	różnorodność wielorakich scenariuszy przyszłości	zestaw pożądanych scenariuszy przyszłości
Niepewność	statystycznie niepewne	prawdopodobieństwo w zakresie ogólnym	zróżnicowanie pomiędzy scenariuszami
Odbiorca	decydenci publiczni	ogół społeczeństwa	otoczenie biznesu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Cole 2007].

Source: Own elaboration based on [Cole 2007].

z tych trzech działań odzwierciedla wiele kwestii, takich jak: tematyka, którą należy uwzględnić, orientacja/perspektywa, filozofia badacza, ale także przewidywanych odbiorców (tabela 3).

S. Markidas [1987, s. 155] – recenzując różne techniki prognozowania – stwierdził, że „w zależności od zastosowanych metod, różne badania empiryczne osiągnęły różne wnioski” i że „żadne badania nie wykazują wyraźnej wyższości jednej metody nad drugą”. Uznał również, że nie ma jednej metody, która z biegiem czasu przewyższyła pozostałe, a odpowiednią metodę w dużej mierze dyktuje horyzont czasowy prognozowania. Żadna metoda nie przewyższa ważności precyzji danych i horyzontu czasowego prognozy. Stwierdzenie to popiera także S.F. Witt [1992, 1995, 2009], wyciągając taki właśnie wniosek ze swoich analiz na temat metod badań wykorzystywanych w prognozowaniu turystycznym.

W turystyce wiele istotnych czynników, które decydują o popycie i podaży, nieustannie się zmienia. Czasem okazuje się, że informacje, które nie mieściły się w standardach testów miar ilościowych, miały kluczową rolę w rozwoju turystyki. Stąd analizy dotyczące przyszłości turystyki są mało popularne i rzadko stanowią przedmiot zainteresowań naukowych. Obecnie jednak techniki oraz metody podejmowania badań nad przyszłością pozwalają uwzględnić subiektywność w podejmowaniu decyzji, a jest to niezbędne w określaniu przyszłych kierunków rozwoju turystyki. Planiści muszą nauczyć się, jak być wrażliwszym na informacje, które pierwotnie mogą się wydawać nieistotne, a tak naprawdę to właśnie one, tzw. słabe sygnały (ang. *weak signals*), potrafią diametralnie wpłynąć na zmiany zachodzące w kulturze, tradycji, społeczeństwie, historii i indywidualnie podejmowanych decyzjach.

Do zdecydowanie najczęściej stosowanych w badaniach nad przyszłością turystyki metod należą badania oparte na wiedzy eksperckiej, czyli badania delfickie, zwłaszcza takie, za pomocą których można później tworzyć scenariusze przyszłości [Nazarko 2012, s. 10]. Celem, dla którego stosuje się metodę delficką, jest uzyskanie opinii ekspertów na temat prawdopodobieństwa pewnych sytuacji lub zdarzeń, które mogą występować w przyszłości. Kwestionariusz skierowany jest do specjalistów w danej dziedzinie. Po uzyskaniu informacji zwrotnych przeprowadzana jest druga runda badań. Procedurę tę powtarza się do osiągnięcia konsensusu. Eksperci (anonimowo) próbują przekonać siebie nawzajem do swoich racji, poprzez ich argumenty, że niektóre odpowiedzi są bardziej prawdopodobne niż inne. Odpowiedź do każdego pytania jest statystycznie zagregowaną odpowiedzią zbiorową. Jeżeli procedura jest wykonywana prawidłowo, uzyskane wyniki będą odzwierciedlać kombinację wiedzy i doświadczenia wszystkich respondentów [Calatone i in. 1987, s. 34].

Metoda delficka posiada niewątpliwą przewagę w stosunku do burzy mózgów. Unikając konfrontacji twarzą w twarz z pozostałymi uczestnikami, eliminowana jest presja grupy, a także możliwość dominacji niektórych

silnych osobowości. Wyniki analizy, otrzymane przy zastosowaniu metody delfickiej lub przy użyciu jakiegokolwiek innej techniki opierającej się na ocenie lub opinii, należy jednak interpretować raczej jako „subiektywną ocenę możliwości” zamiast „precyzyjnego oświadczenia o statystycznym prawdopodobieństwie, jakie może pojawić się w tej sytuacji” [Uysal, Crompton 1985, s. 10]. Metoda ta może być z pożytkiem wykorzystywana w połączeniu z metodami ilościowymi. Zastosowanie tych ostatnich ogranicza się jednak najczęściej do badań prowadzonych w krótkim horyzoncie czasowym. Kto natomiast może lepiej dociekać powstania nowych trendów turystycznych w dalekiej przyszłości niż eksperci z branży turystycznej? Metoda delficka pozwala na stworzenie scenariuszy rozwoju danego zjawiska, które zazwyczaj postrzega się jako wypracowanie alternatywnych wizji na temat możliwego zachowania przyszłych zdarzeń [Kononiuk 2012, s. 39] i jest wyjątkowo efektywna przy precyzowaniu celu i zakresu badań.

Planowanie tradycyjne opiera się na przekonaniu, że zastosowanie fachowej wiedzy w celu osiągnięcia ściśle określonych zamierzeń będzie gwarancją skutecznego i efektywnego zarządzania. Jednak często plany te nie uwzględniają różnorodności warunków lokalnych lub skłonności do nowych sytuacji, które nagle mogą się okazać niemiłymi niespodziankami. Brak reakcji na odmienność, który często towarzyszy fałszywej pewności co do skuteczności zarządzania, może doprowadzić do kosztownych awarii. Planowanie scenariuszy jest systemową metodą twórczego myślenia, stosowaną w analizach złożonej i niepewnej przyszłości. Podstawą idei planowania scenariuszy jest rozważenie różnych możliwych przyszłości, które zawierają wiele istotnych niewiadomych, a nie skupianie się na dokładnym przewidywaniu pojedynczego wyniku. Scenariusze opisują, jaka przyszłość może być, a nie, jaka będzie. W istocie są one alternatywnymi, dynamicznie zmieniającymi się narracjami, które są w stanie wychwycić w studiach nad przyszłością kluczowe składniki niepewności. Scenariusze są konstruowane tak, aby zapewnić wgląd w czynniki powodujące zmiany, ujawnić skutki bieżących trajektorii i dać różne opcje działania.

Zestaw scenariuszy jest zbudowany w oparciu o konsensus, osiągnięty w trakcie procesu identyfikacji kluczowych czynników (metoda delficka). Scenariusze powinny w pełni odzwierciedlać rozwinięty sposób myślenia systemowego. Ogólnie uważa się, że odpowiednia ilość scenariuszy to trzy lub cztery; dwa zazwyczaj nie pozwalają wystarczająco rozwinać i przedstawić alternatywnych możliwości zdarzeń, natomiast więcej niż cztery mogą ograniczać zdolność rozpoznawania i wychwytywania zdarzeń nieoczekiwanych [van der Heijden 1996, s. 20]. Scenariusze przekształcają kluczowe alternatywy w dynamicznie rozwijające się fabuły, dodając wiarygodną serię działań sił zewnętrznych. Scenariusze powinny być narracjami krótkimi, które nawiązują do historycznych i obecnych wydarzeń, jednocześnie obejmując hipotetyczne zdarzenia w przyszłości. W ramach tych wątków wewnętrzne

założenia i różnice pomiędzy fabułami poszczególnych wariantów przyszłości, przedstawione w poszczególnych scenariuszach, muszą być wyraźnie widoczne. Aby być wiarygodnym, scenariusz powinien ściśle nawiązywać do przeszłości, a przyszłość powinna wynikać z terażniejszości w sposób jednoznaczny. Istnieją różne podejścia do tworzenia scenariuszy. Wykorzystywane są statystyczne tabele albo rzut kostką, wyświetlane są niepewności krytyczne, stosuje się też wyszukiwanie archetypu „zwycięzcy i przegrani”. Niezależnie od wybranej metody, fabuła każdego scenariusza powinna śledzić wskaźniki kluczowych zmiennych, które zostały zidentyfikowane w oparciu o pytanie początkowe. Aby ułatwić komunikację i omawianie scenariuszy, warto każdemu z nich nadać nazwę, która przywołuje jego główne cechy. Udane scenariusze są żywe i różne, dają się łatwo opowiedzieć i przekonująco wychwytywać przyszłą transformację.

Wnioski

Wykorzystanie metod jakościowych w tworzeniu scenariuszy rozwoju jest dość powszechnie stosowane w badaniach na świecie, a pomimo tego w prognozowaniu ruchu turystycznego ma nadal małe zastosowanie. Turystyka przez swój specyficzny, zmienny charakter, a także globalny, ale jednocześnie jak najbardziej i regionalny, i lokalny charakter, może być odpowiednio kształtowana. W czasie gwałtownie zachodzących zmian nie ma możliwości, aby liniowe prognozy oparte na statystycznych danych liczbowych, które obecnie są odbierane jedynie jako prawdopodobna, przyszła droga rozwoju kierunków ruchu turystycznego, miały szanse powodzenia.

Należy zdawać sobie sprawę, że obecnie mamy zdecydowanie większy wpływ na przyszłość, niż to było jeszcze do niedawna. Bardzo istotna jest umiejętność rozpoznawania sygnałów, które w chwili obecnej mogą wydawać się nieistotne, ale w rezultacie stają się potężnym impulsem do kreowania nowych trendów. Odpowiednie działanie powoduje, że przyszłość nie jest jedną wielką niewiadomą, ale wynikiem naszej działalności. Przyszłość może być taka, jaką chcemy mieć i jaka będzie nas satysfakcjonować.

Przyszłe kierunki wyjazdów turystycznych Polaków również mogą być istotnym elementem kształtującym trendy rozwoju społeczno-gospodarczego w Polsce. Analizując obecne czynniki zewnętrzne i wewnętrzne oraz trendy globalne, regionalne i lokalne, branża turystyczna jest w stanie przewidzieć i wykształcić możliwe scenariusze rozwoju ruchu turystycznego Polaków. Jest to jeden z warunków przyszłego, pozytywnego funkcjonowania gospodarki turystycznej. Istotny zarówno dla touroperatorów, wysyłających turystów za granicę, jak i dla przedsiębiorców oferujących wypoczynek w Polsce.

Bibliografia

- Awedyk M. (2009), *Pozaeuropejska turystyka poznawcza mieszkańców Polski w aspekcie przemian ustrojowych*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Calantone R.J., di Benedetto A., Bojanic D. (1987), *A Comprehensive Review of the Tourism Forecasting Literature*, [w:] "Journal of Travel Research", Vol. 28, s. 28-39.
- Cole S. (2007), *Dare to Dream: Bringing Futures into Planning*, [w:] "Journal of the American Planning Association", Vol. 67 (4), s. 372-383.
- Conrady R., Buck M. (2012), *Trends and Issues in Global Tourism*, Springer.
- Cornish E. (1977), *The Study of the Future. The World Future Society*, Washington D.C.
- Cornish E. (2004), *Futuring, The exploration of the future*, Bethesda, MD: World Future Society.
- Dumitrescu D. (2011), *Road Trip to Innovation. How I came to understand Future Thinking*, Germany, Trend One GmbH.
- Dwyer L., Edwards D., Mistilis N., Roman C., Scott N. (2009), *Destination and enterprise management for a tourism future*, [w:] "Tourism Management", 30 (1), s. 63-74.
- Francis J. (2014), *Travel trends and predictions. Debate on the future of sustainable tourism in 2020*, www.responsibletravel.com
- Fullagar S., Markwell K., Wilson E. (2012), *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, Channel View Publications, Bristol.
- Glenn J.C., Gordon T.J. (2009), *Futures Research Methodology Version 3.0*, Multimedia CD.
- Global Forecast and Profiles of Market Segments (2001), World Tourism Organisation, Madrid.
- Goodwin P. (2008), *A quick tour of tourism forecasting*, "Foresight", Vol. 10, s. 35-37.
- Hall C.M. (2005), *The Future of Tourism Research, Tourism Research Methods: Integrating Theory and Practice*, B.W. Ritchie, P. Burns, C. Palmer, Cabi Publishing, University of Brighton, UK.
- Kononiuk A. (2012), *Metoda scenariuszowa w antycypowaniu przyszłości*, [w:] „Organizacja i Kierowanie”, Vol. 2/2012, s. 33-48.
- Leight J., Webster C., Ivanov S. (2012), *Future Tourism: Political, Social and Economic Challenges*, Routledge, London.
- Li G., Song H., Witt S.F. (2005), *Recent developments in econometric modeling and forecasting*, [w:] "Journal of Travel Research", Vol. 44, s. 82-99.
- Markidas S., Wheelwright S.C. (1987), *The handbook of forecasting: A manager's guide* (2nd ed.), Wiley, New York.
- Nazarko J. (2012), *Budowa scenariuszy rozwoju*, materiały szkoleniowe „Wykorzystanie metody delfickiej w projektach foresight”, Poznań.

- Nowacki M. (2014), *Przystanek Woodstock jako produkt turystyczny: jakość festiwalu a zadowolenie i lojalność uczestników*, Kultura i Turystyka – w kręgu wydarzeń, s. 115-131.
- Page J., Yeoman I., Connell J., Greenwood Ch. (2010), *Scenario planning as a tool to understand uncertainty in tourism: the example of transport and tourism in Scotland in 2015*, [w:] “Current Issues in Tourism”, Vol. 13 (2), s. 99-137.
- Postma A., Yeoman I., Oskam J. (2014), *The future of European Tourism*, European Tourism Futures Institute, Stenden, Leeuwarden.
- Przegląd wybranej metodyki realizowanych na świecie projektów typu foresight – broszura informacyjna Narodowego Programu Foresight Polska 2020 (dostęp: 24.01.2011).
- Song H., Witt S.F., Li G. (2009), *The Advanced Econometrics of Tourism Demand*, Routledge, New York.
- Song H., Romilly P., Liu X. (2010), *An empirical study of outbound tourism demand in the UK*, [w:] “Applied Economics”, Vol. 32(5), s. 611-624.
- Uysal M., Crompton J.L. (1985), *An Overview of Approaches Used to Forecast Tourism Demand*, [w:] “Journal of Travel Research”, Vol. 23, s. 7-15.
- van der Heijden K. (2005), *Scenarios: The Art of Strategic Conversation*, John Wiley&Sons Ltd, West Sussex.
- Witt S.F., Witt C.M. (1992), *Modeling and Forecasting Demand in Tourism*, Academic Press, New York.
- Witt C.A., Witt S.F. (1995), *Forecasting tourism demand: A review of empirical research*, [w:] “International Journal of Forecasting”, Vol. 11, s. 447-475.
- Yeoman I. (2012), *2050-Tomorrow’s Tourism*, Channel View Publications, Bristol.
- Young M. (1999), *The relationship between tourist motivations and the interpretation of place meanings*, [w:] “Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment”, Vol. 1, Issue 4, s. 387-405.

SOME ASPECTS OF FUTURE TOURISM RESEARCH METHODOLOGY

Abstract

Purpose. An indication of possibilities and implications of the methodology and techniques used for future studies for tourism planning, according to the identification of significant key trends crucial for the development of tourist destinations.

Method. A theoretical study with an explorative quality and verification; classification and systematization of future study methods and techniques, according to their potential use in empirical studies of tourism in the future.

Findings. Classification and systematisation of research methods used for future tourism research. A demonstration of the legitimacy of the outlined methodology for future tourism studies, according to the definition of tourism as a phenomenon particularly vulnerable to risks and uncertainties, where linear projections for the future based on statistical data probably have low verifiability.

Research and Conclusion Limitations. The presented study of future methodology analysis is limited to those which purpose is to create scenarios for the development of Polish out-bound tourism.

Practical Implications. Classification and systematization of future study techniques to enable their appropriate use, depending on the aim and the subject of the research. Knowledge of methodology will allow for the creation of development scenarios taking into account the current capabilities and the use of such solutions that are most appropriate to the situation, its needs and its possibilities.

Originality. The article complements discussions in Polish scientific literature on the possibility of using alternative scenarios for planning tourism development, in the context of global trends and their impact on the development of tourism. It also complements some methodological bases in relation to the study of the future development of tourism in Poland and applications for qualitative research in the context that allows for empirical research in this area. The article presents the benefits of the possibility of creating alternative directions for the development of tourism, depending on the desired scenarios.

Type of Paper. The article presents theoretical conceptions.

Keywords: tourism geography, trends, future studies, methodology, scenario planning, tourism planning, forecasting.